

Pokemon-go ポケモン語 – avagy hogyan kommunikálnak a Pokemonok?

Kaba Ariel

ELTE BTK Nyelvtudományi Doktori Iskola
leira.abak@yahoo.com

Kivonat: A jelen írásban tárgyalt popkulturális produktumok, illetőleg médiumok megjelenése a digitális korszak paradigmaváltásának természetes hozadéka, amelyeket nemcsak érdekes vizsgálni, hanem egyenest a kutatási palettára szükséges venni, hiszen a populáció túlnyomó részének meghatározzák a mindennapjait – egyelőre reflektálatlanul, ugyanis sem a tudománynak, sem az oktatásnak nem fókusza a popkultúra, a virtuális kommunikáció kutatása, implementálása. Jelen kutatás célja, hogy kiderítse, hogyan kommunikál egy fiktív kommunikátorcsoport, esetünkben a Pokemonok. A feldolgozás módszertana a szerző kiterjesztettkommunikáció-elméletén és a karakterteóriáján alapul, annak okán, hogy a tudomány hagyományos módszerei nem adekvátak. A több mint húszéves Pokemon-franchise sikerét többnyire a karakterizáció jelenségében látjuk: valamennyi Pokemon karakteres a vizuális, az auditív, a nyelvi és a nem nyelvi reprezentációjában is. A vizsgálat elsősorban az anime hagyományos kommunikációjára fókuszál, lévén ez a leggazdagabb – szemben a videojátékokkal és a mangával. Az elemzésből kiderül, hogy a Pokemon és a Pokemon-nyelv, azaz a Pokemon-karakterlektus esszenciája a karakter, ugyanis prototipikus karakterjelölők útján kommunikálnak.

1 Bevezetés

2016 nyarán újra meghódította a világot a Pokemon-jelenség, ezúttal azonban szélesebb közönséget tudott megszólítani, mint korábban az animével, a játékfigurákkal és a konzoljátékokkal. Kutatásunk révén bebizonyosodik majd, hogy a tudományt is képes megszólítani.

Jelen tanulmány azonban nem az **elplatformosodott** Pokemon-GO elemzését tűzte ki célnak (l. Székely 2017), hanem a Pokemon-nyelv, azaz *pokemon-go* ポケモン語 vizsgálatát. A 'nyelv' jelentését tágan értelmezzük, így a Pokemon-világ nyelvhasználatát, illetőleg kommunikációját értjük alatta.

Az emberi és az állati kommunikációról is vannak kutatások, a reális és a digitális kommunikációról is, viszont a virtuális kommunikációról – amely elsődlegesen a popkultúra produktumaira jellemző, esetünkben egy elképzelt világ elképzelt lényeiének fiktív interakciójáról – nincsenek. A Pokemonokról is csak általános,

felszíni leírásokat lehet találni az angol lokalizációra fókuszálva; holisztikus, tudományos igényű munkát azonban nem.

Míthogy nem természetes nyelvről, de nem is mesterséges nyelvről és kommunikációról van szó, a felvázolt jelenség értelmezése kihívás mind a nyelvtudomány, mind a kommunikációtudomány számára. Annál is inkább, hiszen a tudomány hagyományos módszereivel nem lehetséges érdemben feltárni a Pokemon-jelenséget; még a (nemzetközileg) újszerű, s (Japánban) felkapott **szerepnyelvezet** (vö. Kaba 2016) sem képes a feladat megoldására.

Ennélfogva a kutatás felépítése, módszere, elmélete és eszköztára nem a konvencionális mintát követi, hanem jellegeből fakadóan innovatív és úttörő.

1.1 A kutatás célja

Jelen komplex karakterkutatás célja, hogy tudományos elméleti keretet és gyakorlati eszköztárat adjon a virtuális kommunikáció értelmezésére, jelen esetben a Pokemon-kommunikációra. A Pokemonok kommunikációját a kiterjesztett kommunikáció elméleti keretrendszerén belül értelmezzük a karakterteória eszközeit felhasználva, statikus és dinamikus médiumok alapján.

A kutatás fő kérdése, hogy hogyan kommunikálnak a Pokemonok, s hogy milyen módon értelmezhető ez a fiktív kommunikáció?

1.2 Módszer

Interkulturális nyelvészeti megközelítést alkalmazunk: Több nyelven és több médiumon analizáljuk a (nyelvi és nem nyelvi) Pokemon-kommunikációt, az I., a II. és a III. generációra nézve, így átfogó eredményeket közölhetünk majd.

A Pokemon-franchise valamennyi területét göröcső alá vesszük eredeti japán és lokalizált koreai, angol és magyar változatban (l. 1. táblázat).

Médium	Nyelv	Feldolgozott anyag
videojáték	jp/ko/eng	>60 óra
anime	jp/ko/eng/hu	147 epizód (×20 perc)
manga	jp/ko/eng	22 kötet

1. táblázat. A felhasznált korpusz

A korpusz manuálisan került kiépítésre, annotálásra, és feldolgozásra is; a kutatás fókusza szolgált kritériumrendszerként: a fókusz perspektívájában releváns jelenségeket gyűjtöttük össze.

Az összegyűjtött anyagnak csak egy töredékét közöljük formai korlátozások miatt, a kutatás poszterén (Kaba 2017) azonban további szemléltető-példa látható. Az elemzett produktumok listája az irodalomjegyzékben található (l. Források).

2 A kiterjesztett kommunikáció

Még manapság is meghatározó Roman Jakobson kommunikációmodellje (1960); az oktatásban és a kutatásokban is alkalmazzák. Köztudott tehát, hogy a kommunikációban van feladó és vevő, köztük egy csatorna, amelyen kódolás történik, egymást követő sorrendben.

Meglehetősen régi ez a modell, a régiségnek valamennyi értelmében. Elavulttá teszi a kifejlesztése óta eltelt idő, a mai csúcstechnológia, a különféle médiumok és a mai ember kommunikációs szokásai. A naiv nyelvhasználó és a módszeres kutató egyaránt érzi, hogy valami változás történt az utóbbi néhány évtizedben, ezért is a szóbeliség-írásbeliség dilemmája (Ong 1982), és a terminológiai útvesztő (l. Veszelszki 2013: 435), mint például „másodlagos szóbeliség” vagy „új beszélnyelviség”, és így tovább.

A megnevezési problémákat félretéve elmondhatjuk, hogy megtörtént a digitális kommunikáció térhódítása. Nem elsődlegességről vagy másodlagosságról van szó, hanem a kommunikáció esszenciájában bekövetkezett változásról, azaz összerosódik a határ az (élő)beszéd és az írás közt, egyfajta „élőírás” vagy „beszédírás” figyelhető meg a technika vívmányainak révén.

A kép viszont még így sem teljes. A digitális kommunikációra (digilektus, l. Veszelszki 2010) még csak-csak értelmezhető Jakobson modellje, amit azonban sem Jakobson modellje, sem a digilektus elmélete nem magyaráz, az a virtuális kommunikáció.

A jakobsoni modell lefedi a hagyományos értelemben vett kommunikációt, a digilektus a digitális úton történőt, viszont mindkét teória kihagyja – a mára már – az egyik legmindennapibb és legelemibb kommunikációt, a virtuálisat. Egyáltalán nem új dologról van szó: minden kommunikáció virtuális, ami nem reális, tehát a videojátékoktól kezdve a televízió keresztlül a szépirodalomig minden. A virtualitás abban nyilvánul meg, hogy egy közbelső médiumon keresztlül, ugyanakkor ennek determinálva, kontrollált körülmények közt, nem egy térben, nem hagyományos módon történik a kommunikáció.

Azt a holisztikus kommunikáció-rendszert, amely képes a hagyományos, a digitális és a virtuális kommunikáció értelmezésére, a bennük fellelhető valamennyi kommunikatív tényezővel (audiovizualitás, meta-jelenségek¹), **kiterjesztett kommunikációnak** nevezzük el. A kiterjesztett valóság mintájára a kiterjesztett kommunikáció olyan információkat aktualizál, amelyek bár jelen vannak, látszólag rejtettek.

A kiterjesztett kommunikáció a kommunikációs folyamatban detektálható tartalmak (kommunikációtartalom) és a benne lezajló események (hagyományos verbális/nem verbális/meta- és audiovizuális kommunikáció), s a kommunikáció létrejöttében esszenciális tényezők (médiummeghatározottság: virtuális, digitális és reális kommunikáció), valamint a kommunikátort (aktor/inaktor) meghatározó

¹ Lévéen integrálatlan, s nem eléggé *meta* egyik létező felfogás sem, a dolgozatban felvázolt paradigma a *meta*- előtagra nem a konvencionálisan vett 'metakommunikatív' jelentést (vö. [2/b.2]), illetve nem is a sokszor 'reflexió'-ként referált értelmezést alkalmazza (vö. metanyelv), hanem a *meta*- szó 'túl' jelentését: 'egy dolgon *jóval* túli, illetőleg kívül eső' nehezen megragadható jelenséget ért alatta a kiterjesztett kommunikáció rendszerén belül (vö. [2/meta-kommunikáció]). A terminus mögötti értelmezéskülönbséget kötőjellel tesszük explicitté: „meta” mint konvencionális vs. „meta-” mint kiterjesztett paradigma.

tényezők (szociokulturális identitás és karakter) strukturált, komplex, holisztikus kommunikációelméleti keretrendszere.

A kiterjesztett kommunikáció alapvető jellemzője, hogy megkülönbözteti az aktort és az inaktort, amelyek kommunikációtartalmakkal operálnak, kommunikációs vehikulumok révén. Tehát a kommunikációban nem feltétel az intencionáltság, sem az üzenet kódoltsága, sem a motivált kommunikatív szereplő (aktor), például a „beszélő” megléte sem, mert vannak inaktorok, amelyek pusztán a létükkel közölnek információt, azaz kommunikációtartalmat a kommunikációs vehikulum kommunikatív jellegének és információtartalmának függvényében.

A rendszer részei, egyben kutatható területei tehát a következők:

- I. konvencionális kommunikáció
 - a. nyelvi kommunikáció
 - b. 1. intencionált nem nyelvi: dinamikus és statikus nem nyelvi kommunikáció
 2. nem intencionált nem nyelvi: metakommunikáció
- II. auditív kommunikáció
 - a. hangok, zörejek
 - b. vokális kód
 - c. zene
- III. vizuális kommunikáció
 - a. statikus vizuális kommunikáció
 - b. dinamikus vizuális kommunikáció
- IV. szenzitív (tkp. érzékalapú) kommunikáció
 - a. szagok szaglász útján
 - b. anyagok és textúrák tapintás útján
 - c. atmoszféra érzés útján
- V. meta-kommunikáció
 - a. virtuális és reális kommunikáció
 - b. kultúrák közti és médiumközi meta-kommunikáció
 - c. szociokulturális identitás

A kiterjesztett kommunikáció eddig ismert attribútumai közé tartozik az érzelem és a karakter. A kommunikáció attribútumai metajelenségek: valamennyi kommunikációs formában aktualizálódhatnak. Jelen kutatásban ez utóbbival foglalkozunk.

2.1 A karakter mint attribútum

A karakter jelentése triviális: filmek, mesék, könyvek szereplői a karakterek. Jelenthet írásjelet, írásjegyet is, vagy egyfajta jellegzetességet fejez ki egy italra, ételre vagy akár emberre nézve; természettudományos munkákban rendszeres téma a karakterizálás.

A **karakter mint attribútum** azonban olyan jelenség, amely identifikálja, jellegzetessé, illetőleg egyedivé teszi a kommunikátort. Látható, hogy a karakterteória megalkotása során a 'karakter' magjelentését applikáltuk. A karakter lehet a nyelv és a kommunikáció attribútuma is, attól függően, hogy mi a vizsgálat fókusza.

Általában véve a karakter a kiterjesztett kommunikáció esszenciális és konkomitáns attribútuma, s mint olyan képes a kommunikáció velejáráinak

értelmezésére (szituatív komponens), és képes generatív módon jelentést tulajdonítani a kommunikátorra nézve (emergens komponens).

A karakter attribútumát karakterjelölők realizálják. A jelölés történhet nyelvi úton, auditív vagy vizuális úton, ugyanakkor metasinten is. Ennek megfelelően beszélünk nyelvi karakterről, audiokarakterről, vizuális karakterről, illetve metakarakterről.

A karakterjelölők, s maga a karakter funkciójának meghatározása körülményes és illuzórikus a hagyományos módszertanok perspektívájában – akárcsak a diskurzusjelölők esetében a diskurzusszervezés mint funkció –, hiszen a karakterjelölők karakterépítési vagy karakterreprezentációs funkciót töltenek be, míg maga a karakter attribútumának funkciója az identitásalkotásban, a jellegzetes karakterminőségekben és az identifikáció jelenségében merül ki. Ezen kritériumok elkerülhetetlenül is tágak, homályosak az elmélet szintjén, viszont nem lehet konkrétan megfogalmazni őket, lévén a karakter emergens meta-nyelvi (vs. metanyelvi), meta-kommunikációs (vs. metakommunikáció) kategória, így csak az adott szituációban és a szűkebb-tágabb kontextusban (*setting*) születnek meg a karakterminőségek és –relációk, azaz generálódik a karaktermodell.

Ennélfogva nem meglepő, hogy a karaktert kifejező tényezők tárházát a hagyományos nyelv- és kommunikációtudományi elemzőmódszerekkel nem lehet érdemben feltárni. A kommunikációban nem a résztvevők, vagy a nyelvi-, illetőleg nem nyelvi üzenet nyelvalapú szemantikai felszíni elemzése során kerül fény a karakterre, hanem a hagyományos kommunikáción túli kommunikáció, a meta-kommunikáció változói generálják a karakterjelentést.

A karakterjelentés lényegét tekintve emergens, azaz dinamikus jelentésképzés-folyamat eredményeképpen artikulálódik, szemben a konvencionális, szótári, nyelvstruktúrán alapuló szemantikai jelentésekkel. Ez azt jelenti, hogy tanulni kell, azaz fel kell fedezni ezeket a jelentéseket egyrészt a meglévő nyelvtudásunk, illetőleg kommunikatív kompetenciánk segítségével, másrészt a világról való ismereteinkre alapozva, mint a kultúra, értékek, popkulturális produktumok, érzések, és így tovább. Egyszóval karakterkompetenciára van szükségünk, amelynek révén felismerhetjük a karakterszenzitív elemeket.

Minden kommunikációtartalom potenciálisan karakteres, viszont nem arányosan karaktererősek. Minél több (karakter)referenciája van egy adott tartalomnak, annál kevésbé karakterős a karakterskálán; például a 'mindenki' vagy a 'hordó' szó kevésbé karakteres a „Civilizált/Kulturált jó estét kívánok!” (Puzsér 2016/2017: passim) frázishoz mérve. A karakter emergens jellegéből fakadóan azonban mindez nem jelenti azt, hogy az előbbi példák nem karakteresek (vö. sorjában: Deák 2016; PewDiePie 2012).

A karakter identifikáló és minősítő funkciója rávilágít a karakter hasznosíthatóságára is, ugyanis a legtöbb karakterjelölőt, karakteres jelenséget a reklámok, a különféle intézmények, társadalmi csoportok, és popkulturális produktumok termelik. A karakter tehát, a hatáskeltés és a befolyásolás révén, a legtágabb értelemben vett marketing alapvető stratégiai eszköze, s a marketolinguisztika (vö. Veszelszki 2014) egy bástyája is.

Nem szabad figyelmen kívül hagyni a manipulatív, akár destruktív felhasználási módját sem a karakternek. Az emberiség történetében az egyik legszörnyűbb karakterizáció a náci uralom alatt történt: két ősi vallási szimbólumot választottak a „jó” és a ’rossz’ (alternatív) karakterjelölőjének”, továbbá sok más karakterjelölő révén, mint például a ruházat, kézmozdulat, egyfajta náci karaktert építettek ki.

Annak ellenére, hogy eddig nem ismert teóriáról van szó, mindenkinek van tapasztalata arról, hogyan hat egy-egy márkanév és reklám, vagy a szimbólumok, mottók, szlogenek, de ugyanez a hatás érezhető egy-egy filmnél, könyvnél, tv-show-nál: jellegzetes, egyedi sajátosságokkal vannak teli, amelyek a legtöbbször tudat alatt fejtik ki a hatásukat, még akkor is, ha nem implicit, hanem explicit tényezőkről van szó, mint az audiovizualitás.

Ilyen tényező, tehát karakterjelölő lehet egy mottó, egy szlogen, egy mém, egy melódia, egy dallam, egy szín, egy szó, egy frázis, egy szólás, egy cselekvés, egy ruha, egy stilisztikai eszköz, egy retorikai alakzat, és így tovább – a potenciális karakterjelölők vég nélkül sorolhatók, különösebb megkötések nélkül.

Ezen indirekt módon intencionált metaelemek akkor is hatnak ránk, ha nem vesszük észre, vagy ha nem akarjuk. A karakterteória tehát azért is hasznos, mert tudatosítja, detektálja és értelmezi a karaktert és a karakterizáció folyamatát egyaránt – természetesen a kiterjesztett kommunikáció keretében.

2.2 A karakterteória

A fentiekben megfogalmazott koncepció abban tér el az eddigi karakterképzetektől, hogy esetünkben nyelvi és kommunikációtudományi alapon alapozású instrumentalizált elméleti keretrendszerrel van szó, amely emergens lényegéből fakadóan képes a dinamizmus megragadására. Így az idiolektustól kezdve a marketingstratégia kommunikációdimenzióját is képes leírni, illetve értelmezni.

Jelen teória többek közt azért képes erre, mert a stilisztikától, retorikától, szerepnyelvezettől és más nyelvváltozatoktól, valamint egyéb dependens és determinált módszerektől eltérően nem áll meg a makro- és mezoszinten, tehát felületi a priori tényeken, mint például a konvencionális jelentés elemzése, vagy a szöveg alakí és nyelv(tan)i jellemzőinek elemzése a hagyományos kommunikáció keretén belül, hanem egyaránt mélyebbre is (idiolektus), s följebb is (meta-kommunikáció) merészkedik, amely dimenziók lényegi megismerése csak a posteriori módon történhet.

A karakterteória a kiterjesztett kommunikáció keretén belül – így a hagyományos kommunikáció keretén belül is – operacionalizálható, akár metaszinten is, mivel a kommunikáció valamennyi területén fellelhető a karakter attribútuma.

A karakterteóriában megkülönböztetünk komplex és részleges karakterkutatást. Az utóbbi lehet (kiterjesztett vagy konvencionális) karakterkommunikáció-kutatás, amelynek célja a karakterépítés vizsgálata verbális és nem verbális úton; kiterjesztett karakterkutatás, amelynek célja a karakterépítés és -reprezentáció kultúra- és médiumközi vonzatainak a megvilágítása; illetve metakarakter-kutatás, amelynek célja a metaelemek karakterre és kommunikációra tett hatásának vizsgálata, magyarán metakommunikáció-kutatás a karakter fókuszában. A komplex karakterkutatás pedig a részleges kutatások összesített implementációja.

A karakterkutatás során két fő irány és három stádium létezik: karakter- és/vagy karakterreprezentáció-elemzés, illetve az elsődleges, másodlagos, s a harmadlagos kutatás. Az elsődleges kutatás a karakterépítés módozataival, a másodlagos a karakterlektusok és a karaktertípusok/kommunikátorcsoportok megállapításával foglalkozik, míg a harmadlagos – a metakutatás lévén – a karakterreprezentáció módját vizsgálja.

Az elemzés történhet valós/virtuális dimenzióban, irányulhat karaktertípusokra, de konkrét karakterre is, akár csak aktorra és inaktorra is, s maga a kommunikátor karakterjelölőire vagy a kommunikátorcsoport jellegzetességeire is; továbbá értelmezhető hagyományos vagy kiterjesztettkommunikáció-keretek közt.

Jelen dolgozatban komplex karakterkutatót végzünk a Pokemon-karakterlektus fókuszában.

3 Analízis

A Pokemon-franchise eredeti formájában egy videojáték, amely valójában konzolra, GameBoy-ra készült 1996-ban. A rákövetkező évben manga és anime követte Japánban, majd 1998-ban nemzetközileg is teret hódított mind a videojáték, mind az anime (a manga csak 2000-től).

A Pokemonoknak van nevük, kiáltásuk, típusuk, természetük, támadásuk, élőhelyük, általában fejlődésük is, képességük, tojásuk, alternatív kinézetük, és a későbbi játékokban már genderük is.

Egy Pokemont, vagy mondhatni „a Pokemont” mindenki ismeri Pikacsu személyében. Egy másik Pokemont legyőzve Pikacsu lett a nem hivatalos kabalája a Pokemon-franchise-nak. Ez a Pokemon büszkélkedhet a legnagyobb hírével, szinte a Pokemon-jelenségével egyszintűnek mondható, hiszen sokak Pikacsuról asszociálnak a Pokemonra és vice versa. Pikacsunak külön rövidfilmjei vannak azonkívül, hogy ő a főszereplő Pokemonja, s maga a főszereplő Pokemon a Pokemonok világában is. Érdekes, hogy a videojátékban csupán egy Pokemon a sok közül, még hozzá nem is a legerősebbek közül – az anime karakterizációja kreálta meg a Pikacsu-imázst.

A Pikacsu-hype-ban tapasztalható meg egyik legjellegzetesebb formájában a karakter. A karakter és a karakterizáció erejét demonstrálja a máig világhírű és (gazdasági tekintetben) sikeres franchise.

Mindent azonban nem vettek át a Pokemon-sorozat lokalizátorai, különösen az USA-ban és Koreában. A Pokemonok nevei különböznek egyes nyelveken, s rengeteg kulturális jelenség általánosításra vagy kihagyásra került, akár csak az erőszakos vagy a szexuális témák.

A fentiek szellemében már megállapíthatjuk, hogy nem egy homogén nyelvvel fogunk találkozni, s hogy (karakterbeli) különbségek várhatóak a videojáték és az anime közt.

Az elemzés szemléletesebbé tétele érdekében érdemes az alábbi magyarázatot a kutatás poszterével (Kaba 2017) együttesen értelmezni.

3.1 Állatnyelv

Természetesen az állatok valós és virtuális nyelvét mindenki ismeri, a tudomány is: tudjuk, hogyan beszélnek a lovak, kutyák, macskák, és így tovább. Tehát a nem nyelvi jeleket nyelviesítjük onomatopoeitikus kifejezések formájában.

A Pokemonok dizájnja nagyrészt létező állatokon alapul (l. Kaba 2017: 1. Állatnyelv). A lovak lóhangot, a bikák bikahangot adnak ki, tehát minden állat-Pokemon állatként viselkedik. Ez azonban nem karakteres, hanem természetes. Egy bizonyos perspektívában mondhatjuk, hogy karakteres jelenség az, hogy a kutya

ugat, hiszen csak a kutya ugat, viszont ez megszegné azt az irányelvet, miszerint minél több a referencia, annál gyengébb a karakter.

Tehát, ha egy kutya nyávogna, míg a többi kutya ugatna, akkor a nyávogó kutya karaktererős lenne a többihez képest.

3.2 Pokemon-nyelv (nem verbális)

Mi a helyzet azonban akkor, amikor egyáltalán nem létező egyedekről, teljesen fiktív lényekről van szó? Az eljárás végtére is ugyanaz: a durvábban kinéző egyedek nehézkesebb, mélyebb hangot kapnak; a kicsinek és kedvesnek kinéző Pokemonok pedig cincogó, csipogó, magas frekvenciájú hangot.

Egyfajta pszeudo-állatvilágot teremt ezáltal a Pokemon. Ugyanazt az identifikációprocesszust láthatjuk, mint a valóságban az állatok esetében: először is hallunk egy hangot és látunk egy élőlényt, aztán felismerjük, értelmezzük az adatokat, majd megállapítjuk, melyik állatról van szó. A Pokemonok nem verbális kommunikációja során is ez történik, csupán egy közbülső implicit lépésben tér el a természetestől: a Pokemonok kommunikációjának megállapításakor felhasználjuk a tapasztalatunkat, amely a természeti jelenségeken, a valós állatokkal kapcsolatos – mindamelllett, hogy az audiovizuális reprezentáció hat az érzéseinkre, ítéletünkre.

A karaktermodell megállapítható a nem verbális kommunikációnál is, hiszen a szörnynek kinéző Pokemonok durva, nyers hangon, míg a kisebb, gyámoltalanabbnak kinéző Pokemonok nyöszörögve nyilatkoznak meg. Ez a fajta karaktermodell azonban jóval gyengébb, mint amelyeneket a következőkben láthatunk; főleg a videojátékok és a mangát jellemzi, bár vannak kivételek.

3.3 Embernyelv

Néhány Pokemon, rendkívüli módon, képes beszélni az emberek nyelvét. A leghíresebb beszélő Pokemon Míau. A videojátékban és a mangában a Pokemonok nem tudnak beszélni még Pokemonul sem, nemhogy embernnyelven. Az anime szerint viszont Míau megtanult az emberek nyelvén azért, hogy meghódítsa a (viszonylatlan) szerelmét. Jellegetes a nyelvi megnyilatkozása, hiszen valamennyi nyelven rendszeresen onomatopetikus kifejezést használ, magyarul ’nyávog’.

Az animében voltak olyan Pokemonok, amelyek Míau képességét kihasználva beszéltek az emberekhez, például Tentacruel. Az embernnyelv használatának egy másik különleges módja a telepátia. Lapras képes erre.

A Pokemon-társadalom megveti, mindenesetre fél a domesztikált Pokemonoktól – kiváltképp a beszélőektől.

3.4 Pokemon-nyelv (verbális)

A világon a Pokemonokat tekintve nem az állatnyelv, nem a MIDI-hangok, s nem az emberi nyelv jut eszünkbe, hanem az például, hogy „Pikacsu”, vagyis: a nevük. Már az anime első részében elhangzik a főszereplőtől Pikacsunak címezve, hogy „Csak a nevedet tudod ismételni?” – amire a válasz, hogy „Pi-ka”.

A tipikus Pokemon-beszéd a névmondás. A legtöbb Pokemon tehát a saját nevének az ismétlésével alakít ki kommunikatív nyelvi interakciót. Új értelmet nyer a beszélő név kifejezés, ugyanis minden egyes Pokemonnak egyedi neve van, amelyet többé-kevésbé realizálni is tud vokális úton.

Mivel a Pokemon-nyelvnek a változói meglehetősen korlátozottak, tulajdonképpen a saját nevük, ezért főleg stilisztikai, illetőleg retorikai, illetve szupraszegmentális módzatokkal tudnak elérni bizonyos funkciókat a kommunikáció során, például név- vagy névtöredék-ismétlés, nyomaték, intonáció és hangsúly.

Nem újdonság, hogy látszólag egy „egyszerű primitív nyelv” képes a kommunikáció funkcióinak kielégítésére, vegyük például a számítógépek bináris kódnyelvét vagy a programnyelveket, a különböző civilizálatlan törzsek nyelvét, s a fekete-fehér vizuális nyelvet, amely ugyancsak képes a kommunikáció szinte bármely funkcióját betölteni.

A Pokemonok tehát a nevük kimondásával ugyanabban a szituációban akár többféle kommunikációs funkciót is elérhetnek. A Pokemon-rajongók részéről vannak ugyan próbálkozások ennek megfejtésére, de annyira korlátozott a nyelvi egységek tárháza, hogy az alapvető érzelmeken kívül nem lehet elkülöníteni meghatározott konkrét vagy absztrakt értelemmel bíró egységeket – hacsak nem Pokemon az ember.

3.5 Kiterjesztett Pokemon-kommunikáció

Az anyag vizsgálata során a korábbi kategóriákon kívüli jelenségeket is felleltünk, amelyeket azonban nem lehet a felállított tipológia (vö. 4. Eredmények) keretén belül értelmezni. A kiterjesztett kommunikáció instrumentalizált implementációja viszont képes rendszerbe helyezni ezen eseteket is.

3.5.1 Beszédzavar

Vannak olyan Pokemonok, amelyek nem rendelkeznek kifejlett kommunikatív kompetenciával, például Pysduck, Snorlax, Slowpoke, Slowbro, Ekans, Koffing – sem a verbális, illetőleg nem verbális kommunikációjuk, sem a beszédértésük nem fejlett. Ez kiderül a médiumfüggő sajátosságoknak köszönhetően, például a feliratból, ráadásul ezen Pokemonok audiovizuális reprezentációja is utal a karakterükre (l. Kaba 2017: Beszédzavar); mi több, nemcsak az emberek és a PokeDex, de még a Pokemon-társaik is butának tartják őket.

3.5.2 Éneklés

Bár az éneklést nem tartják (nyelvi) kommunikációnak (Nemesi 2013: 179), amellet érvelünk, hogy az. Az éneklő Pokemonok általában altatókat énekelnek, például Kangashkan, Jigglypuff, vagy egyenest a Holdnak énekelnek, például Pikacsu.

Jigglypuff éneklése azonban eltér a többiekétől, ugyanis az ő célja nem az altatás, ez csak a kívánatlan velejárója, hanem a produkció, maga az éneklés és a hang szépségében való gyönyörködtetés.

Láthatjuk, hogy nem csupán nyelvi kommunikációról van szó a névvel történő éneklés jelenségében, hanem rendkívül erős kommunikatív funkciót is betölt: elaltatja az embereket és a Pokemonokat egyaránt.

3.5.3 Az emberek Poke-nyelve

Nemcsak a Pokemonok képesek embernnyelven beszélni, hanem az emberek is tudnak olykor Pokemonul. A híres Pokemonfilm-rendező például nagy rajongója Pikacsunak, Pikacsuról készít filmeket, s a szavajárásává vált a *csú* ちゅう karakterjelölő, amelyet a mondatzáró kifejezések helyett, például a kopula helyett használ.

Az anime egyik részében Hypno hipnotizálta a gyerekeket, akik ezért azt hitték, hogy Pokemonok, így Pokemonként viselkedtek, úgy kommunikáltak. Ehhez az esethez hasonlít Tomi története, akit a dzsungelben felejtettek a szülei, így a Kangashkanok nevelték fel, így ő maga is Kangashkannak gondolta magát, úgy is kommunikált.

Mágika, az utánzómaster pedig Pokemonokat utánoz vokális és vizuális úton is. Ez a téma azonban egy következő ponthoz vezet (l. alább).

3.5.4 Karakterreprezentáció

Mágika utánzása nem szimplán utánzás, hanem karakterreprezentáció – ezen belül karakterimitáció, lévén egy másik karaktert játszik el ideiglenesen, csupán a felismerés kedvéért, identitásazonosulás nélkül.

Mágika Pokemonja, Ditto azonban pusztán imitálásnál többet tesz: karakterperformanciát végez, mivel egy másik Pokemon identitását, karakterét veszi föl, mindeközben a saját identitását impliciten megartva. Dittóhoz hasonlóan Gastly is képes a karakterperformanciára, de nemcsak Pokemonokra nézve, hanem emberre, állatra, szellemre és tárgyakra is.

A karakterperformancia egy részleges változatát alakítja Squirtle, Tentacruel, illetve Gastly, ugyanis eltulajdonítják a másik Pokemon tulajdonságát, képességét, karakterét, miközben a saját karakterük expliciten jelen van.

3.5.5 Médiumfüggő aspektusok

A legtöbb nyelvi példa az animéből származik, a videojátékokra és a mangára azonban teljesen más kommunikációstratégia jellemző. A videojátékokban a Pokemonok kommunikációja emotikonok és függő beszéd útján, onomatopoeikus kifejezések révén kerül kifejezésre. A mangára szintén ezek a tényezők jellemzők, bár az animangán érződik az anime hatása, így jelen van a nyelvi kommunikáció.

Az anime bizonyos részeiben feliratozzák a Pokemon-beszédet, így többet tudhatunk meg az adott Pokemon karakteréről.

3.5.6 Kultúrafüggő aspektusok

Abból kifolyólag, hogy a franchise lokalizációja során a legtöbb Pokemon-név átalakításra került, a Pokemonok kommunikációja is eltérő. Sok Pokemon az egyik nyelven kimondja a teljes nevét, a másikon pedig csak egy részletét; vagy az egyik nyelven verbális kommunikációt használ, a másik nyelven pedig nem verbálisat.

4 Eredmények

A korpusz elemzése során kiviláglott, hogy a Pokemonok nyelve karakterlektus, azaz csak a Pokemonokra jellemző virtuális nyelvváltozat. Ugyanakkor a névmondás mint kommunikáció nem csak a Pokemonokra jellemző (vö. Game of Thrones: Hodor; egyes madárfajok: kakukk), ezért valamennyi névvel kommunikáló kommunikátor nyelvváltozata úgymond a névalapú karakternyelv szuperkategóriájába tartozik.

Az elemzett anyagok alapján a Pokemon-karakterlektus rendszerezésére a következő tipológiát állapíthatjuk meg:

- I. valós relációjú virtuális kommunikáció
 - a. állatnyelv
 - b. embernyelv
- II. fiktív relációjú virtuális kommunikáció
 - a. verbális Pokemon-nyelv
 - b. nem verbális Pokemon-nyelv

A Pokemonok tehát nyelvi és nem nyelvi elemeket, illetve természetes és mesterséges tényezőket egyaránt használnak. A karakterteória számára rendkívül hasznos anyaggal szolgált a Pokemon-kommunikáció vizsgálata, kiváltképp a nyelvi kommunikáció, hiszen bebizonyosodott, hogy prototipikus karakterjelölők, ugyanis valamennyi (verbális) Pokemon-nyelven történő megnyilatkozás tiszta karakterjelölőnek tekinthető, a szó legeredetibb értelmében.

A Pokemon-kommunikáció vizsgálata felfedte a karakterképzés néhány aspektusát is, így a karakterépítést és a karakterreprezentációt is. A karaktert a kiterjesztett kommunikáció elméleti keretrendszerében értelmeztük, ennek révén fény derült a Pokemonok meta-kommunikációjára, a kultúraközi és médiumközi aspektusok hatására is.

A megállapított tendencia szerint az animében az angol és így a magyar lokalizáció is a verbális Poke-nyelvet, esetleg az állatnyelvet implementálja, míg a koreai a nem verbálisat, az eredeti japán pedig arányosan ötvözi valamennyi kommunikációmódot. Nem mondhatjuk tehát, hogy a Pokemonok kizárólag így, vagy kizárólag úgy beszélnek, ugyanis kultúránként és médiumonként változik az adott lehetőségek, keretek függvényében – a kommunikáció esszenciája azonban változatlan: a legtöbb Pokemon a nevét használja kommunikációra. Arra is volt példa, hogy beceneve van a Pokemonnak, de ettől függetlenül a Pokemon továbbra is az anyanyelvén, Poke-nyelven beszél.

A Pokemonok kölcsönösen megértik egymást annak ellenére, hogy látszólag más nyelvet beszélnek, más fajhoz, mondhatni kultúrához tartoznak. Néhányuk képes egymás karakterének performálására, esetleg énekelni, viszont van olyan is, amelyik még csak alapvető kommunikációra sem képes.

A kiterjesztett kommunikációt alátámasztja, hogy a Pokemon-kommunikációnak nincs mindig iránya; nem létfontosságú az, hogy a feladótól címzethez érkezzon az üzenet; csupán az adott cselekvés maga a célja a kommunikációs aktusnak, például előugrás a Poke-labdából. Ilyenkor a Pokemon csak magának beszél – a lényét fejezi ki a kommunikációja, tehát karakterjelölői funkciót tölt be.

Összegezve tehát: a Pokemonok kommunikációja rendkívül komplex rendszer, amelyet lényegében nem tárhatunk fel hagyományos módszerekkel, lévén a Pokemon-világ valamennyi aspektusa mikromenedzselve lett a készítők, lokalizátorok, játékfejlesztők részéről, aminek a vizsgálata a metaszintek elemzését kívánja meg – a hagyományos módszerek pedig csak a konvencionális kommunikációt képesek értelmezni.

5 Konklúzió

Jelen írás a virtuális kommunikációt vizsgálta, eddig példa nélküli paradigma szerint: egy komplex rendszeren alapuló instrumentalizált metakutatás keretében. A tanulmány megmutatta, hogy a populáris kultúra is lehet releváns a tudomány számára, s hogy a kommunikáció lehet bővebb, azaz metább, mint a hagyományos felfogás szerint, mi több: marketingcélokat is szolgálhat.

A kutatás jellegéből fakadóan, en bloc újszerűsége okán az új témák és az új jelenségek bemutatásához új módszertan és elméleti keretrendszer, illetőleg eszköztár volt szükséges.

Nem szorul bővebb magyarázatra az előbbi állítás, ha vetünk egy pillantást arra, hogy milyen eredményekre jutottunk volna a hagyományos módszerek által: kiderült (?) volna, hogy milyen szófajok, milyen beszédaktusok, milyen nem verbális és metakommunikáció-stratégiák jellemzők a Pokemonokra mint „homogén” (kommunikátor)csoportha. Jelen kutatás fényében azonban beláthatjuk, hogy ezen módszertani kereteken bőven kívül esik a Pokemon-kommunikáció esszenciája.

A dolgozatban használt paradigma tehát bebizonyította, hogy a „mai kommunikáció” értelmezéséhez a legalkalmasabb, a legadekvátabb, optimális megközelítésmód, legyen szó hagyományos, digitális vagy virtuális kommunikációról.

Nem túlzás, ha azt állítjuk, hogy paradigmaváltás van a küszöbön a nyelv- és kommunikációtudományok terén, akárcsak az oktatást illetően, hiszen a kiterjesztett kommunikáció elmélete és a karakterteória alapján formálja újra az eddigi axiómákat, miközben – az eddig megközelítésektől eltérő módon – reflektál a ma mindennemű kommunikációjára, és értelmezi is azt.

Irodalom

- Jakobson, R. 1960. Closing Statement: Linguistics and Poetics. In: Sebeok, T. A. (ed.) *Style in Language*. Cambridge, Massachusetts: MIT Press. 351–377.
- Kaba, A. 2016. *A nemek pragmatikája: Nyelvi sztereotípiák a japán nyelvben*. MA-szakedolgozat. Budapest: Károli Gáspár Református Egyetem.

- Kaba, A. 2017. *Pokemon-go ポケモン語: avagy hogyan kommunikálnak a Pokemonok?* Poszter: XI. Alkalmazott Nyelvészeti Doktoranduszkonferencia, MTA Nyelvtudományi Intézet, Budapest, 2017. 02. 03.
Elérhető: http://www.nytud.hu/alknyelvdok17/prez/Kaba_poszter.pdf. Letöltve: 2017. március 5.
- Nemesi, A. L. 2013. A pragmatika mint kommunikációtudomány. *Magyar Nyelv*, 109(2): 177–184.
- Ong, W. J. 1982. *Orality and Literacy. The Technologizing of the Word*. Abingdon: Routledge.
- Székely, N. 2017. A Pokémon GO-jelenség és a kiterjesztett valóság. *Filológia*, 8(1–2): 66–73.
- Veszelszki, Á. 2010. Digilektus a lektusok rendszerében. In: Illés-Molnár, M., Kaló Zs., Klein L., Parapatics A. (szerk.) *Félúton 5. Az ELTE BTK Nyelvtudományi Doktori Iskolájának konferenciája*. Budapest: ELTE Nyelvtudományi Doktori Iskola. 199–215.
- Veszelszki, Á. 2013. A digilektus hatása a dialóguslevelekre. *Magyar Nyelv*, 109(4): 435–447.
- Veszelszki, Á. 2014. Marketolingvisztika és a marketing szaknyelve. In: Veszelszki, Á., Lengyel, K. (szerk.) *Tudomány, technolektus, terminológia. A tudományok, szakmák nyelve*. Budapest: Éghajlat Könyvkiadó. 321–328.

Források

- Game Freak 2009/2010. Pokémon HeartGold and SoulSilver. The Pokémon Company. (jp/eng/ko)
- Game Freak 2004. Pokémon LeafGreen. The Pokémon Company. (jp/eng)
- Game Freak 1998/1999/2000. Pokémon Yellow. Nintendo. (jp/eng)
- Deák Kristóf 2016. Mindenki. Meteor-Film.
- PewDiePie 2012. BARRELS!. YouTube. Elérhető: https://www.youtube.com/watch?v=PJ_FYyb0S94. Letöltve: 2017. március 5.
- Puzsér R. 2016/2017. Sznobjektív. HírTV.
- 日下 秀憲 1997. Pokémon Adventures I. (1–6 epizód). 小学館/Viz Media/대원씨아이.
- 川崎 逸朗等 2013. ポケットモンスター THE ORIGIN I–IV. TV Tokyo.
- 田尻智 (原作) 石原恒和 (監修) 2001. 『ポケットモンスター』 「金・銀編」 20 巻. 小学館
- 湯山 邦彦 (総監督) 1997–2002. Pokémon (angol/magyar: 1. évad 82 rész, 3–5. évad 12 rész, 6. évad 2 rész, 18. évad 78. rész; ezek közül 30 részt japánul és 20 részt koreaiul is elemeztünk). TV Tokyo/4Kids Entertainment/SBS et. al./RTL-Klub.